XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

KEILA PACHECO FERREIRA

VIVIANE COÊLHO DE SÉLLOS KNOERR

JOANA STELZER

Copyright © 2015 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – Conpedi
Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UFRN
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. José Alcebíades de Oliveira Junior - UFRGS
Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM
Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcílio Pompeu - UNIFOR
Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes - IDP
Secretário Executivo -Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC
Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Conselho Fiscal
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG /PUC PR
Prof. Dr. Roberto Correia da Silva Gomes Caldas - PUC SP
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches - UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS (suplente)
Prof. Dr. Paulo Roberto Lyrio Pimenta - UFBA (suplente)

Representante Discente - Mestrando Caio Augusto Souza Lara - UFMG (titular)

Secretarias
Diretor de Informática - Prof. Dr. Aires José Rover – UFSC
Diretor de Relações com a Graduação - Prof. Dr. Alexandre Walmott Borgs – UFU
Diretor de Relações Internacionais - Prof. Dr. Antonio Carlos Diniz Murta - FUMEC
Diretora de Apoio Institucional - Profa. Dra. Clerilei Aparecida Bier - UDESC
Diretor de Educação Jurídica - Prof. Dr. Eid Badr - UEA / ESBAM / OAB-AM
Diretoras de Eventos - Profa. Dra. Valesca Raizer Borges Moschen – UFES e Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - UNICURITIBA
Diretor de Apoio Interinstitucional - Prof. Dr. Vladmir Oliveira da Silveira – UNINOVE

D598

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UFS;
Coordenadores: Viviane Coêlho de Séllos Knoerr, Joana Stelzer, Keila Pacheco Ferreira – Florianópolis: CONPEDI, 2015.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-049-7
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: DIREITO, CONSTITUIÇÃO E CIDADANIA: contribuições para os objetivos de desenvolvimento do Milênio.

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Brasil – Encontros. 2. Globalização. 3. Relações de consumo. I. Encontro Nacional do CONPEDI/UFS (24. : 2015 : Aracaju, SE).

CDU: 34

CONPEDI
Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Florianópolis – Santa Catarina – SC
www.conpedi.org.br

XXIV ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI - UFS

DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

O presente estudo consubstancia-se em obra que reúne uma coletânea de artigos de excelência acadêmica comprovada não apenas em razão de sua seleção pelo sistema double blind peer review, mas, também por sua apresentação no Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo ocorrido por ocasião do XXIV Encontro Nacional do CONPEDI, realizado na Universidade Federal de Sergipe (UFS), na cidade de Aracaju SE, entre os dias 3 a 6 de junho de 2015, reunindo pesquisadores e estudantes oriundos de diversos Programas de Pós-Graduação em Direito do Brasil.

Dentre os traços mais marcantes desse Grupo de Trabalho, teve-se a profundidade na discussão sobre o consumo e o consumismo, o fenômeno da globalização, o superendividamento e aspectos de responsabilidade que norteiam as relações de consumo. Os trabalhos promoveram uma crítica científica de cunho altamente reflexivo sobre o cenário contemporâneo, mediante uma interlocução comprometida por parte dos expositores que demonstraram possuir qualificação para argumentar sobre essas complexas questões contemporâneas.

A diversidade dos temas apresentados também trouxe um anseio generalizado pelas novas abordagens que as temáticas merecem e que não se resumem a uma ótica exclusivamente normativa. As discussões de alto nível entre os pesquisadores de diversas partes do País trouxeram imensa satisfação às Coordenadoras desse Grupo de Trabalho que puderam vivenciar tão enriquecedora experiência.

No intuito de revisitar os temas e autores, passa-se a fazer breve descrição do conteúdo que será encontrado ao longo de toda a obra.

Os autores Marcelo Cacinotti Costa e Vinicius de Melo Lima, apresentam um estudo sobre o superendividamento e seus reflexos na sociedade contemporânea partindo da compreensão da modernidade líquida e dos novos pobres no artigo O Superendividamento como um problema de Direitos Fundamentais.

Partindo das patologias do consumo na sociedade moderna, e as diferentes implicações nas questões sociais, ambientais e econômicas as autoras Livia Gaigher Bosio Campello e

Mariana Ribeiro Santiago discorrem sobre as novas dinâmicas da locação de coisas, ressignificação da propriedade e efetivação do consumo solidário e sustentável.

Em Comércio Justo e Consumo Responsável: avanços normativos para a certificação brasileira, os pesquisadores Everton Das Neves Gonçalves e Joana Stelzer ao tratar de diagnosticar o cenário contemporâneo da certificação do Comércio Justo, especialmente no âmbito brasileiro, demonstram que os princípios jurídicos, as regras de certificação e os códigos de conduta nada mais são do que estímulos normativos para uma mudança do comportamento de consumidor para agente de transformação social.

Analisando a aplicação dos sistema S1 e S2 de Daniel Kahneman no sistema consumista e evidenciando conceitos e origens do sistema consumista, os autores Jose Everton da Silva e Marcos Vinícius Viana da Silva buscam compreender qual dos dois sistemas é aplicado no momento da compra dos novos produtos.

Trazendo à tona e inserindo o conceito da obsolescência programada no contexto da sociedade de risco, os autores Sérgio Augustin e Daniel Bellandi realizam uma breve crítica ao pensamento econômico da era da modernidade e apontam que, se observadas a pleno o conceito de obsolescência programada, consumo, consumismo e crescimento econômico, encontraremos intrínsecas inúmeras possibilidades de atenuação da crise ambiental em nosso planeta.

Tratando em seu artigo de formas a potencializar a segurança do consumidor e ao mesmo tempo fomentar o mercado de incorporações imobiliárias, os pesquisadores Leandro de Assis Moreira e Franco Giovanni Mattedi Maziero apresentam a utilização conjunta dos dois instrumentos, ou seja, o patrimônio de afetação em sociedade de propósito específico para o desenvolvimento de cada empreendimento de incorporação imobiliária.

Já em O apelo midiático e a publicidade subliminar no atual contexto das relações de consumo: Implicações e Responsabilidades, a autora Alana Gemara Lopes Nunes Menezes traz à tona a problemática das práticas publicitárias enganosas, especialmente a técnica subliminar e o merchandising, sua tutela pelo Direito e as suas consequências para o consumidor brasileiro.

Sergio Leandro Carmo Dobarro e Andre Villaverde de Araujo, ao estudar o instituto da desconsideração da personalidade jurídica no Código de Defesa do Consumidor, demonstram

que o mesmo deve funcionar como arcabouço de concretização de direitos e imputação de saldo benéfico ao processo, protegendo de modo mais energético àqueles que findam encaixilhados como vítimas pontuais na sociedade consumerista.

Partindo da conceituação enquanto bem jurídico supraindividual e a ausência de efetividade no plano da concretude, os autores Ângelo Maciel Santos Reis e Felipe Carneiro Pedreira da Silva em A (in)eficácia dos tipos penais do Código de Defesa do Consumidor tratam acerca dos tipos penais presentes no referido código, demonstrando que a proteção aos direitos da coletividade se torna inadequada ou insuficiente sob a perspectiva do Direito Penal.

Ao apresentar o caso do superendividamento sob o enfoque da legislação brasileira e a importância da propositura de soluções eficazes para frear tal fato, os pesquisadores Giovanna Paola Batista de Britto Lyra Moura e Manoel Alexandre Cavalcante Belo demonstram a necessidade emergencial de uma reforma no Código de Defesa do Consumidor, bem como, que o superendividamento é uma questão de ordem pública, e como tal deve ser tratado.

Em A incidência e aplicabilidade do recall nas relações de consumo brasileiras, Patricia Martinez Almeida e Vladmir Oliveira da Silveira tratam do tema citado concluindo que nas relações em que ocorre o presente instrumento ainda não são satisfatórias, tanto em relação à falta da necessária transparência nas informações, seja pela abrangência de sua incidência prática.

Relatando a atividade administrativa das audiências de conciliação no âmbito do PROCON-TO como uma tentativa de dar uma resposta do poder público satisfatória ao consumidor, as autoras Renata Rodrigues de Castro Rocha e Liliane de Moura Borges reconhecem o serviço que vem sendo prestado à sociedade pelo PROCON-TO e Tribunal de Justiça do Estado do Tocantins, concluindo que os Estados podem lançar mão desse tipo de mecanismo para tentar superar o obstáculo organizacional.

Abordando o dever de informação nos Contratos de Seguro-Saúde como desdobramento do Princípio da Boa-Fé Objetiva, os pesquisadores Evelise Veronese dos Santos e Roberto Wagner Marquesi expõe esse dever como de extrema importância, por isso as partes devem observar com rigor seu dever de informar, atingindo, com isso, a ideia da transparência contratual.

Discutindo sobre a crescente demanda do Direito Contratual relacionado ao Direito do Consumidor, Stefania Fraga Mendes e Roberto Alves de Oliveira Filho em seu artigo O

princípio da boa-fé como instrumento de equilíbrio e proteção nas relações de consumo no Brasil e na União Européia apresentam a aplicação do instrumento ora citado como um meio para a redução da desigualdade negocial entre consumidor e fornecedor.

Por fim, os autores Sérgio Augusto Pereira Lorentino e Leonardo Macedo Poli fazem uma análise da autonomia dos consumidores nos contratos dentro da contemporaneidade.

As discussões a partir da apresentação de cada um dos trabalhos ora editados, permite o contínuo debruçar dos pesquisadores na área consumerista, fomentando e amadurecendo a pesquisa na área do Direito, visando ainda o incentivo a demais membros da comunidade acadêmica à submissão de trabalhos aos vindouros encontros do CONPEDI.

É com muita satisfação que apresentamos esta obra. É garantida rica leitura e reflexão a todos.

Coordenadoras do Grupo de Trabalho

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr UNICURITIBA

Profa. Dra. Keila Pacheco Ferreira - UFU

Profa. Dra. Joana Stelzer - UFSC

A SOCIEDADE DE CONSUMO, GLOBALIZAÇÃO E TECNOLOGIA: O DESENVOLVIMENTO DE APLICATIVOS ONLINE COMO ALTERNATIVAS DE CONSCIENTIZAÇÃO DOS CIDADÃOS EM BUSCA DO MEIO AMBIENTE SUSTENTÁVEL

SOCIEDAD DE CONSUMO, GLOBALIZACIÓN Y TECNOLOGÍA: EL DESARROLLO DE APLICACIONES EN LÍNEA COMO LA CONCIENCIA DE LOS CIUDADANOS DE LAS ALTERNATIVAS EN LA BÚSQUEDA DE LA SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE

Gislaine Ferreira Oliveira
Francielle Benini Agne Tybusch

Resumo

A globalização, o desenvolvimento econômico e tecnológico contribuíram para o surgimento da sociedade de consumo, sendo que esse novo comportamento dos consumidores apresentam reflexos no meio ambiente, devido a obsolescência programada e a exploração dos recursos ambientais de forma ilimitada. As tecnologias, principalmente os aplicativos online, são uma nova possibilidade dos cidadãos obterem informações e assumirem uma postura ativa sobre as questões ambientais. O presente artigo tem como objetivo analisar o desenvolvimento da sociedade do consumo e suas consequências ambientais sob uma nova perspectiva, aliando as tecnologias, especificamente os aplicativos online que têm como temáticas questões ambientais como alternativas para a sustentabilidade e o acesso à informação dos cidadãos como forma de tornarem-se protagonistas das decisões sobre o meio ambiente. Para a execução da pesquisa utilizou-se o método de abordagem dedutivo, aliado ao método de procedimento monográfico. Ainda, elegeu-se como marcos teóricos as obras de Zygmunt Bauman e Enrique Leff, para tratar sobre o entrelaçamento da sociedade de consumo e o meio ambiente. Por fim, conclui-se que com a utilização da internet, aplicativos e programas sobre questões ambientais contribuem para o maior acesso à informação e, consequentemente, a preservação do meio ambiente.

Palavras-chave: Aplicativos online, Globalização, Sociedade de consumo, Sustentabilidade.

Abstract/Resumen/Résumé

La globalización, el desarrollo económico y tecnológico contribuido a la aparición de la sociedad de consumo, y este nuevo comportamiento de los consumidores tener un impacto sobre el medio ambiente debido a la obsolescencia programada y la explotación de los recursos ambientales de manera indefinida. Las tecnologías, especialmente las aplicaciones en línea son una nueva posibilidad para los ciudadanos de acceder a la información y tomar una postura activa en las cuestiones ambientales. Este artículo tiene como objetivo analizar el desarrollo de la sociedad de consumo y sus consecuencias ambientales desde una nueva perspectiva, la combinación de las tecnologías, específicamente aplicaciones en línea cuyos

temas ambientales como alternativa para la sostenibilidad y el acceso a la información para los ciudadanos como una forma para convertirse en protagonistas de las decisiones sobre el medio ambiente. Para la aplicación de la investigación utilizado el método deductivo de enfoque, junto con el método de procedimiento monográfico. Aún así, fue elegido como marcos teóricos las obras de Zygmunt Bauman y Enrique Leff, para tratar sobre el entrelazamiento de la sociedad de consumo y el medio ambiente. Finalmente , se concluye que el uso de internet, las aplicaciones y los programas sobre temas ambientales contribuyen a un mayor acceso a la información y, por tanto, la preservación del medio ambiente.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Aplicaciones en línea, Globalización, Sociedad de consumo, Sostenibilidad.

INTRODUÇÃO

A globalização, o desenvolvimento econômico e tecnológico foram drásticas mudanças na sociedade que contribuíram para a ampliação no consumo pela população, gerando uma sociedade regida pela ideia de adquirir, acumular bens materiais, muitas vezes sem necessidade. No entanto, esse novo comportamento dos consumidores apresenta reflexos no meio ambiente, uma vez que as empresas necessitam aumentar a exploração dos recursos naturais disponíveis para obter matéria-prima para produção dos bens de consumo.

A percepção do meio ambiente como um objeto contribuiu para a intensa exploração dos recursos naturais, sendo o homem o principal responsável pelos impactos ambientais visualizados atualmente. Desde a Revolução Industrial, percebe-se que houve o afastamento do homem da natureza, o qual a utilizava e atribuía um valor monetário aos seus recursos, ao mesmo tempo em que se sentia inatingível a qualquer catástrofe ambiental.

Por isso, é necessário que a população assuma uma postura ativa que utilize-se das tecnologias, principalmente a *internet*, com a criação de aplicativos *online* para obter acesso a informações ambientais e poder desenvolver alternativas sustentáveis para os pontos negativos da sociedade de consumo. Nesse contexto, questiona-se quais os limites e possibilidades das novas tecnologias da informação e comunicação serem instrumento para a promoção da sustentabilidade frente a sociedade de consumo?

Para responder tal problema, o presente artigo tem como objetivo analisar o desenvolvimento da sociedade do consumo e suas consequências ambientais sob uma nova perspectiva, aliando as tecnologias, especificamente os aplicativos *online* que têm como temática questões ambientais como alternativas para a sustentabilidade e o acesso à informação dos cidadãos como forma de tornarem-se protagonistas das decisões sobre o meio ambiente. Para a execução da pesquisa utilizou-se o método de abordagem dedutivo, aliado ao método de procedimento monográfico. Ainda, elegeu-se como marcos teóricos as obras de Zygmunt Bauman e Enrique Leff, para tratar sobre o entrelaçamento da sociedade de consumo e o meio ambiente.

Dividiu-se o trabalho em duas partes. O primeiro capítulo abordará a relação da sociedade de consumo com o meio ambiente, ressaltando os impactos de um consumismo desenfreado, da obsolescência programada e a necessidade emergente de alternativas

sustentáveis. Já na segunda parte apresentará como a tecnologia pode ser utilizada como uma via de participação cidadão e de divulgação de informações.

1 A RELAÇÃO DA SOCIEDADE DE CONSUMO COM O MEIO AMBIENTE: os impactos do consumismo desenfreado e a necessidade emergente de um consumo 'sustentável'

Com a evolução da sociedade, o homem passou a transformar seu modo de viver, principalmente a partir da incorporação de tecnologias no cotidiano, as quais passaram a facilitar as atividades diárias e contribuíram para o aumento da expectativa de vida da população. Ainda, se percebe que possibilitaram mudanças drásticas na paisagem, pois as pessoas começaram a residir em verdadeiras "selvas" de pedra, em detrimento das áreas verdes anteriormente predominantes.

Essas transformações também provocaram alterações significativas nos hábitos de consumo, o que era renovável agora se tornou rapidamente descartável e a demanda por produtos aumentou demasiadamente, principalmente com o processo de globalização, que conforme salienta Boaventura de Sousa Santos (2011, p. 26) "[...] estamos perante um fenómeno multifacetado com dimensões económicas, sociais, políticas, culturais, religiosas e jurídicas interligadas de modo complexo".

A simplificação da comunicação entre pessoas localizadas em diferentes locais do mundo, investimentos em meios de transportes para o fluxo de mercadorias e a realização de acordos comerciais sem limites de fronteiras foram responsáveis pelo fortalecimento de uma sociedade de consumo, uma vez que incrementaram os processos de produção de produtos e ampliaram a variedade de opções para aquisição dos destinatários finais da relação de consumo. De acordo com Néstor Garcia Canclini (2006, p. 60), a definição de consumo consiste no "[...] conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação de uso dos produtos [...]".

Por isso, pode-se afirmar que atualmente vive-se em uma sociedade em que é intensamente influenciada pelo ato de consumir, pelo estímulo da compra, pela constante insatisfação do que se tem e desejo de aquisição, muitas vezes do excedente ou supérfluo. Sendo que essas necessidades e anseios caracterizam a sociedade de consumo, desenvolvida desde a

Revolução Industrial e que reflete as diversas alterações do comportamento e das prioridades da população.

Segundo documento lançado no Brasil, pelo Worldwatch Institute em parceria com o Instituto Akatu e a Unescocat, isto é, a Unesco da Catalunha (2012, p. 5), foi possível verificar como ao longo do tempo ocorreu as mudanças de visão do que é imprescindível aos consumidores, pois, por exemplo, enquanto na década de 1970, para os japoneses os produtos que supriam suas necessidades básicas eram o ventilador elétrico, a máquina de lavar roupa e a panela elétrica de arroz, posteriormente foram acrescidos à essa lista itens considerados "básicos" para satisfazer o novo padrão de conforto, o automóvel, o ar condicionado e a televisão em cores. Outro exemplo emblemático, é a constatação de que durante a Revolução Francesa era considerado "necessidade" pelos parisienses as velas, o café, o sabão e o açúcar, apesar de que cem anos antes, retirando as velas, todos esses itens eram considerados artigos de luxo.

Essa transformação demonstra que o comportamento dos consumidores e aquilo que é considerado necessidade básica estão em um permanente ciclo. Novas necessidades surgem de acordo com a organização do homem na sociedade. Hoje, podemos considerar a *internet*, os *smartphones*, os *tablets*, os computadores e demais tecnologias como itens essenciais, que quando ausentes do cotidiano geram uma sensação de desconexão, de não pertencimento.

Nesse contexto, o mercado econômico utiliza-se dessa característica dos indivíduos que somente sentem-se pertencentes da sociedade quando adquirem aqueles objetos de desejo. Assim, as empresas buscam lucrar a partir da constante criação de novos anseios de compra para manter a população atrelada à necessidade de adquirir. Por isso,

> para aumentar su capacidad de consumo, no se debe dar descanso a los consumidores. Es necessario exponerlos siempre a nuevas tentaciones manteniéndolos en un estado de ebullición continua, de permanente excitación y, en verdad, de sospecha y dissipar todo recelo: "¿Crees haberlo visto todo? ¡Pues no viste nada todavia! (BAUMAN, 2000, p. 47)[1].

Então, nota-se que a sociedade de consumo sobrevive diante de sua característica inconstante, onde sempre tem alguém insatisfeito e buscando por mais, mesmo que esse algo a mais seja ainda seja desconhecido. Um crítico desta sociedade é Zygmunt Bauman (2008, p.

[1] "Para aumentar sua capacidade de consumo, não se deve dar descanso aos consumidores. É necessário expô-los sempre a novas tentações mantendo-os em um estado de ebulição contínua, de permanente excitação e, de fato, a suspeita e dissipar todo o receio: 'Acha que viu tudo? Pois não viu nada ainda! '". [tradução livre].

20), o qual reconhece que nesse ambiente "[...] ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria [...]", por isso a subjetividade dos consumidores é composta de eleições e potenciais opções de compras assumidas pelo indivíduo, concretizadas em uma lista.

A busca pela satisfação e pela felicidade efêmera do ato de consumir proporciona uma relação intrínseca entre satisfação pessoal e riqueza disponível para adquirir. Logo, é a permanente não-satisfação e a infelicidade da população que fazem prosperar a sociedade de consumo, que:

> [...] tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua *insatisfeito*; mais importante ainda, quando o cliente não está "*plenamente* satisfeito" – ou seja, enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam experimentos consumistas tenham sido verdadeira e totalmente realizados (BAUMAN, 2008, p. 63).

Assim sendo, produtos que acabaram de ser lançados tornam-se rapidamente obsoletos e seus substitutos são promovidos como próximo desejo dos consumidores, ampliando cada vez mais a exploração do meio ambiente. A busca por lucro prepondera perante a proteção ambiental, contribuindo para a criação, depreciação e substituição de necessidades e vontades, em uma eterna continuidade de estímulo ao consumo.

Pode-se considerar a sociedade de consumo como um jogo de emoções consumistas em detrimento da razão, que geram comportamentos impulsivos e experiências frustrantes. Portanto, sempre haverá uma instabilidade dos desejos e uma insaciabilidade das necessidades que resulta em uma tendência ao consumo instantâneo, e harmoniza-se com a ideia de ambiente líquido de Bauman, onde nada permanece seguro ou por um longo prazo.

Desta forma, a falência diária das mercadorias leva também a incerteza, à angústia e à decadência do próprio ser humano que é também transformado em objeto. Este descarte de mercadorias se converte no descarte de valores morais, da liquidez dos objetivos e das próprias transformações das relações sociais contemporâneas (CARACIOLA; ANDREUCCI, 2011, p. 308).

A constante busca pelo prazer do consumo é construída em um cenário marcado pela transitoriedade, velocidade e efemeridade, no qual o homem passa a ser o "centro" e tem por

referência o “aqui, o agora, e o hoje”. A satisfação imediata do consumo neste contexto nunca é completa, pelo contrário, a busca pela completude no consumo é contínua.

No entanto, frente a este panorama, a sociedade de consumo[2] tem produzido uma das maiores problemáticas para a natureza - que é em face do consumismo - o descarte inadequado do lixo produzido. O aumento e a variedade da demanda, atualmente criaram produtos com pouco tempo de vida útil, mesmo porque o avanço tecnológico torna o produto obsoleto e faz do descarte a opção mais viável (ALMEIDA, 2011, p. 16).

Assim, estes produtos de consumo tendem a durar cada vez menos para dar lugar a novos produtos e assim, movimentar o mercado. O documentário “Comprar, descartar, comprar” dirigido por Cosima Dannoritzer[3] relata sobre o que podemos chamar de obsolescência programada, uma das leis que movem a economia capitalista de mercado, ou seja, a redução intencional da vida de um produto ocasionada em sua produção para incrementar o seu consumo. O documentário relata vários exemplos: Pilhas que "morrem" após dezoito meses de ser estreiadas, impressoras que se autobloqueiam ao chegar a um número determinado de impressões, lâmpadas que queimam após exatas mil horas de uso, e faz a seguinte pergunta: Por que, apesar dos avanços tecnológicos, os produtos de consumo duram cada vez menos? Quando e onde terminam?

Esta ideia de obsolescência está conectada com a concepção de que os bens de consumo são produzidos para quebrarem, *made to brake.* Essa obsolescência programada das mercadorias corrobora a afirmação de José Roque Junges (2010, p. 63), “os ambientalistas estão sempre mais convencidos de que o núcleo do problema ambiental não está na produção industrial, mas nos níveis de consumo”. Interessante visualizar essa perspectiva de consumo pela população a partir da desigualdade econômica latente da população mundial, em que os países do “Sul desenvolvido” consomem acima da média, enquanto os do Norte, muitas vezes, têm acesso restrito a mercadorias básicas. De acordo com Andréa Zhouri e Klemens Laschefski (2010, p. 19): “[...] a redução do consumo nos países ricos seria necessária como forma de permitir que os

---

[2] Para Fátima Portilho, pode-se concluir que a Sociedade de Consumo tem sido considerada, basicamente, de três maneiras diferentes. (...) Como uma sociedade capitalista. (...) como uma sociedade racional e utilitária, feita, simplesmente, por consumidores praticando o ato de consumir (...) sociedade simbólica e de sinais e significados, enfatizando a construção e fortalecimento das identidades individuais e sociais através da aquisição e uso de bens (...) A Sociedade de Consumo seria mais bem explicada como uma mistura contraditória entre os elementos presentes nas três abordagens. (PORTILHO, 2010, p.104-105).

[3] Para saber mais sobre o documentário, é possível acessá-lo em: <https://www.youtube.com/watch?v=3ObKvugVuWc>

países “dependentes” (leia-se ‘em desenvolvimento ou subdesenvolvidos’) consigam elevar o consumo interno para garantir as condições dignas de vida para toda a população [...]”.

Nesse diapasão, constata-se que nem toda a população mundial insere-se nessa sociedade de consumo. Conforme sustenta Hervé Kempf (2012, p. 24-25) “[...] la oligarquia actual busca ante todo mantener su posición privilegiada. Con este objetivo mantiene obstinadamente el sistema de valores organizados en torno al crescimento material y al sobreconsumo, un sistema que acelera nuestra entrada en la crisis ecológica”[4].

Porém, esse intenso fluxo de demanda de criação e distribuição de novos produtos pelas empresas, apesar de gerar benefícios financeiros e impulsionar o mercado econômico, causa prejuízos graves ao meio ambiente, uma vez que em busca do incentivo do desenvolvimento da economia os recursos ambientais são explorados, praticamente de forma ilimitada. A partir desse panorama, constata-se que a natureza passa a ser tratada com simples objeto em que o homem, ser consciente, poderia apoderar-se e transformá-la como melhor lhe interessar. Nesse sentido, destaca-se o entendimento de François Ost (2004, p. 10):

> A modernidade ocidental transformou a natureza em “ambiente”: simples cenário no centro do qual reina o homem, que se autoproclama “dono e senhor”. Este ambiente cedo perderá toda a consistência ontológica, sendo desde logo reduzido a um simples reservatório de recursos, antes de se tornar em depósito de resíduos – em suma, o pátio das traseiras de nossa tecnosfera.

Percebe-se que o autor consegue captar a essência da sociedade de consumo, que além de minimizar a importância do meio ambiente, acaba por reduzir os recursos naturais em valores monetários. Porém, a exploração constante e despreocupada com a finalidade de gerar um produto final ocasionou danos irreversíveis no meio ambiente.

Outro fator de contribuição para o aumento da degradação ambiental é o aumento populacional que gera a ampliação do consumo. Quanto mais pessoas no mundo, adquirindo produtos desnecessariamente e sem uma conscientização da responsabilidade ambiental geram consequências negativas para o planeta e a sociedade. Por isso, incentiva-se o desenvolvimento sustentável que tem como objetivo, segundo aponta Cristina Yumie Aoki Inoue (2007, p. 58),

[4] “A oligarquia atual busca antes de tudo manter sua posição privilegiada. Com este objetivo mantém obstinadamente o sistema de valores organizados em torno ao crescimento material e ao sobreconsumo, um sistema que acelera nossa entrada na na crise ecológica”. [tradução livre]

“[...] buscar uma estratégia consistente, que mantenha a produtividade e funcionamento dos ecossistemas da terra [...]”.

Tybusch (2011, p. 81) assinala que para o conceito de desenvolvimento sustentável existe uma percepção “idealizada”. Em uma perspectiva realista, compreende-se que as estratégias de apropriação dos recursos naturais dos países em desenvolvimento e subdesenvolvidos, na perspectiva da globalização econômica, legitimam seus discursos na retórica do desenvolvimento sustentável. Em outras palavras, uma política de crescimento sustentável, nos territórios com carência econômica, tende a diluir e perverter o conceito de ambiente, burlando com estratégias discursivas as condições de sustentabilidade do processo econômico (LEFF, 2009, p 235, passim).

A dialética da questão ambiental produziu seu contrário, ou seja, o discurso neoliberal da sustentabilidade, o qual seja, o desaparecimento da contradição ambiente e crescimento.

> A retórica do desenvolvimento sustentável reconverteu o sentido crítico do conceito de ambiente em um discurso voluntarista, proclamando que as políticas neoliberais haverão de conduzir-nos aos objetivos do equilíbrio ecológico e justiça social pela via mais eficaz: o crescimento econômico guiado pelo mercado (LEFF, 1996, p. 18).

Além disso, Hervé Kempf (2012, p. 29-30) assinala que uma mudança de postura é imperativa, pois a atual concepção de capitalismo, com incentivo ao consumismo, vai de encontro à necessidade de sustentabilidade, sendo necessário desenvolver um “capitalismo ecológico e social”. O desenvolvimento econômico a qualquer custo, incluindo a devastação ambiental, não pode ser estimulado, porém Capra (1996, p. 15) ressalta que os líderes governamentais, os quais poderiam de maneira ativa lutar pela preservação ambiental, não só deixam se reconhecer os problemas que a afetam, como ignoram os impactos para as gerações futuras.

Diante do exposto são muitas as perguntas a serem feitas e muitas respostas a serem encontradas. De que maneira buscar alternativas para a construção de modelos sustentáveis de consumo? Ou, como os novos meios de informação e comunicação facilitam este processo? No segundo capítulo deste trabalho serão apresentadas estas alternativas que com o auxílio da *internet*, aplicativos, websites e programas são utilizados para promover o consumo e um meio ambiente sustentável.

Desta maneira, devido a certa liberdade de acesso à informação disponível na *internet* são envolvidos o direito de acesso e a habilidade de acessar. Através deste novo meio, a participação e a informação adquirem novos formatos, permitindo uma reconfiguração em características peculiares do sistema de pensamento das pessoas e da sua ideia de comunicação.

2 OS EFEITOS DA GLOBALIZAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO: o surgimento de aplicativos *online* com a finalidade de conscientizar os cidadãos da responsabilidade nas relações de consumo para o meio ambiente sustentável.

O homem reduziu a natureza a um objeto. Sendo que, nesse cenário, a economia e o desenvolvimento tecnológico assumem papel de destaque quando se trata de impactos ao meio ambiente, pois "[...] a relação da sociedade com a natureza sob o capitalismo está baseada na separação, a mais radical possível, entre os homens e mulheres, de um lado, e a natureza, de outro [...]" (PORTO-GONÇALVES, 2012, p. 288).

Destarte, a mercantilização da natureza aliada às tecnologias possibilitam a exploração dos recursos naturais, os quais apresentam reflexos na relação entre o homem e o meio ambiente, exaltando a sociedade individualista que predomina na modernidade. De acordo com Mantovaneli Jr. (2012, p. 63) "[...] o meio ambiente tem sido tratado pelo homem moderno como um mero negócio de mão única [...]", desvinculando-se a natureza do indivíduo.

No entanto, Capra (1996, p. 14) salienta que diante dos problemas de degradação irreversíveis, não se pode perceber o meio ambiente e seus problemas de forma isolada, sem a participação da população, pois são problemas sistêmicos, isto é, estão interligados e são interdependentes. Ainda, Enrique Leff (2006, p. 294) aponta que "[...] a complexidade ambiental é o entrelaçamento da ordem física, biológica e cultural; a hibridação entre a economia, a tecnologia, a vida e o simbólico", por isso é necessário compreender o meio ambiente como uma rede, em que as perturbações afetam o todo, o sistema.

Nesse sentido, Pereira (2009, p.19) demonstra o quadro no qual consumo e meio ambiente não se encontram de forma sustentável,

> À presença do produtor, fabricante ou construtor somente se consolida a ideia do lucro. O meio ambiente, se não for apenas objeto exploratório, passa a ser prejuízo na contabilidade arquitetada na sociedade liberal capitalista. Por outro lado, o consumidor quer satisfazer seus desejos, pois as necessidades já passaram para o segundo plano de existência. E, quando se fala em desejos forjados dentro de uma sociedade moderna hedonista, esse consumidor busca

> sua satisfação, independentemente de qualquer preocupação com o meio ambiente. Consumir é preciso, o restante – danos ambientais, aquecimento global, hidroelétricas que devastam ecossistemas, termoelétricas que poluem a atmosfera, usinas nucleares produtoras de resíduos radioativos – é problema para os cientistas, vez que a ciência, a técnica, tudo resolve.

Para tanto, Sarlet (2007, p. 35) afirma que se pode reconhecer o meio ambiente como um valor fundamental, considerando não apenas a vida humana, mas a subsistência de todos os recursos naturais e diversas formas de vida que resultam legitimamente em uma vida humana com dignidade. Desta forma suprir necessidades humanas com aquilo que é somente material, é utopia, para Dupas (2006, p. 267) "qualquer sedução fácil de felicidade, projetada sobre o consumo de mais um novo bem supérfluo criado pela ideologia do progresso, acabará em decepção." Ao passo que "na era da 'liberdade do consumidor', homens e mulheres não tem mais a quem culpar por seus fracassos e frustrações; e certamente não encontrarão consolo adequado nos seus aparelhos eletrônicos ou telefones celulares" (DUPAS, 2006, p. 274).

Para Bauman (1998, p. 88) "o dilema sobre o qual mais se cogita hoje em dia é se é necessário viver ou se o homem vive para poder consumir, ou ainda, se somos capazes de distinguir aquele que vive daquele que consome". Diante deste pensamento, pode-se constatar uma fase da humanidade na qual o homem se encontra distante das questões da natureza, ou ainda, representa a perda da solidariedade e da cidadania ativa na busca por mudanças na crise ecológica.

Para a aproximação entre o homem e a natureza, para que seja possível a implementação de um desenvolvimento sustentável, é necessário o fim do comportamento individualista e ascensão de condutas cooperativas e solidárias para que resulte na preservação ambiental. A sociedade de consumo deve alterar as suas prioridades, dando fim à aquisição de produtos desnecessários, com baixa durabilidade ou, até mesmo, que seja fabricado por empresas poluidoras. Segundo Ladeira e Valadão (2013, p. 3):

> Os efeitos do primado da sustentabilidade irradiam-se em todas as dimensões, especialmente na economia, passando a exigir dos consumidores, produtores e prestadores de serviços, a atenção para uma economia responsável, comprometida com um dever de cuidado ambiental e promoção da sadia qualidade de vida. Esse novo comando traduz um mandamento primordial, focado na ética e na transparência, e exige um engajamento concreto na sua efetivação, atribuindo a todos os envolvidos o comprometimento com as responsabilidades sociais e ambientais.

Diante da exploração dos recursos naturais a partir do desenvolvimento da ciência e da técnica, percebe-se que a crise ambiental apresenta efeitos globais, isto é, os danos ambientais são transfronteiriços. Nesse sentido, deve ser uma preocupação global, pois a interação do homem com a natureza gera prejuízos, muitas vezes, irreversíveis, em prol do desenvolvimento. De acordo com Enrique Leff (2006, p. 282) "a questão ambiental aparece como uma problemática social e ecológica generalizada de alcance planetário, que mexe com todos os âmbitos da organização social, os aparatos do Estado e todos os grupos de classes sociais [...]".

Desta forma, o acesso à informação ambiental permite que a população torne-se consciente tanto da necessidade de uma postura ativa na tomada de decisões referentes ao meio ambiente, quanto na tentativa de controle e fiscalização de empresas poluidoras, que omitem ou disponibilizam informações perversas. A disseminação de informações vem despertando uma consciência na população referente à necessidade de atitudes sustentáveis, que realmente reduzam o impacto perante a natureza, sendo que "[...] a consciência ambiental produz mudanças na percepção da realidade social, nas crenças, comportamento, atitudes dos atores sociais [...]" (LEFF, 2006, p. 283).

A cidadania, instrumento de participação política da população, não é exercida na sua plenitude, uma vez que, os indivíduos apenas exercem sua participação popular somente na época das eleições. Para Milton Santos (1996, p. 41) "o eleitor também não é forçosamente o cidadão, pois o eleitor pode existir sem que o indivíduo realize inteiramente suas potencialidades como participante ativo e dinâmico na comunidade".

Sobre as formas de participação, Édis Milaré (2004, p. 353-355) define quatro formas de participação popular nos processos de criação de um Direito do Ambiente. O primeiro elenca a atuação popular no processo legislativo, de forma que a comunidade em geral passa a contribuir para possíveis soluções das demandas ambientais. A segunda maneira remete à participação em órgãos colegiados dotados de poderes normativos, como por exemplo, participar de associações civis, ou de conselhos e órgãos de defesa do meio ambiente. Já a terceira forma é a participação do povo na formulação e execução de políticas ambientais. E, por fim, a participação através do Poder Judiciário, que assegura a cidadania e a defesa judicial do meio ambiente através de alguns remédios constitucionais. Milaré (2004, p.355) relata que esta forma de participação popular tem sido de grande expressividade, pois a sociedade vem internalizando e recebendo as noções

fundamentais de cidadania, direitos individuais, coletivos, e cada vez mais tem se integrado ao espaço público.

No entanto, apesar destas formas de participação serem utilizadas pela população, não quer dizer que não hajam empecilhos para a efetividade da informação. Segundo Maria Goretti Dal Bosco (2003, p. 727-732) o direito de participação do cidadão no Brasil ainda encontra barreiras para sua implementação efetiva pelo Poder Público. Essa dificuldade é mais notada na América Latina, "onde as leis falam de participação, mas a prática política as desmente".

Isto, pois, a informação, principalmente na esfera política, representa um tipo de poder, e a não disponibilização e transmissão dela pelos governantes, se faz arma estratégica para condicionar o cidadão, que sem informação, desconhece os processos decisórios. De outro lado, os indivíduos priorizam o seu bem estar, e as suas necessidades básicas, em detrimento das problemáticas estruturais, e para estes, a educação e o meio ambiente tornam-se secundários, acreditando que nenhum dois possui conexão com suas prioridades.

Outro ponto a ser ressaltado quando se menciona a falta de efetividade da informação é quanto às instituições e órgãos de que garantem as Constituições dos Estados e a própria Constituição Federal de 1988 que deveriam estar aparelhadas para garantir o acesso, e a transparência da informação, mas não estão. E o cidadão parece ter receio de se manifestar, de fazer valer os direitos garantidos na Carta Magna, o que pode ter vestígio da época da ditadura, quando a legislação foi elaborada em um período que nascia a consciência ambiental, e não se tinha critérios precisos e nem métodos definidos para resolver os problemas ambientais, e continuam a parecer resultar num problema que ainda não foi totalmente solucionado (BARROS, 2004, p. 49).

É por isso que, além das quatro formas de participação popular afirmadas por Édis Milaré, precisa-se elencar mais uma, que consiga interligar as pessoas, difundir a informação de forma rápida e eficaz, de modo que o cidadão se sinta a vontade em opinar, em fazer o seu movimento. A politização desta informação através das novas tecnologias, oriundas da Sociedade da Informação, tal como a internet, surgem como possibilidade de discutir a problemática ambiental em um âmbito maior, ou até global (AGNE TYBUSCH; TYBUSCH, 2014, p. 328).

Acerca da 'globalização' que permite estas diferentes formas de participação, Ulrich Beck (1999, p. 44-45) afirma que esta possui diversas dimensões, a saber: a da comunicação, a

ecológica, a econômica, a da organização trabalhista, a cultural e a da sociedade civil. O autor questiona a possibilidade de se encontrar um denominador em comum para todas essas dimensões e controvérsias que cerceiam o termo "globalização". E passa a exemplificar cada uma de suas premissas,

> A globalização significa a experiência cotidiana da ação sem fronteiras nas dimensões da economia da informação, da ecologia, da técnica, dos conflitos transculturais e da sociedade civil, e também o acolhimento de algo a um só tempo familiar, mas que não se traduz em um conceito, que é de difícil compreensão, mas que transforma o cotidiano com uma violência inegável e obriga a todos a se acomodarem à sua presença e a fornecer respostas. (...) A globalização significa o assassinato da distância, o estar lançado a formas de vida transnacionais, muitas vezes indesejadas e incompreensíveis (BECK, 1999, p. 46-47)

Para Mantovaneli Jr. (2012, p. 83) a globalização proporcionou novos problemas e demandas, os quais afetam a humanidade e não se restringe ao local, ou seja, transcende a lógica territorial, nacional e individual, passando a fazer referência à humanidade e ao planeta, que surge uma nova modalidade de cidadão no mundo, constituindo uma cidadania planetária. Essa cidadania planetária "[...] sustenta-se na visão unificadora do planeta e de uma sociedade mundial [...]" (GADOTTI, 1998).

A partir do momento em que 20% da população mais rica do mundo, consome 80% da matéria-prima e energia produzidas anualmente, percebe-se que se está diante de um modelo-limite. A modernidade instala-se colonialmente, por ser impossível universalizar este modo de vida. O risco se coloca para toda a humanidade quando se pretende homogeneizar e unificar estilos e modos de vida (PORTO-GONÇALVES, 2012, p. 71).

Atualmente, vivemos em uma sociedade em rede, altamente dinâmica, aberta, flexível, descentralizada, que inova a tradicional concepção da economia, da política, do exercício da cidadania (CARDOSO, 2007, p. 47). Com a globalização e o desenvolvimento das tecnologias em rede, a economia capitalista passou a ser descentralizada, que se expandem do nível local para o global, os governos apropriaram-se da *internet* para tornarem-se mais transparentes, acessíveis e aproximarem-se dos cidadãos, enquanto as pessoas encontraram novos canais para acessarem informações e compartilharem conhecimentos.

Como ferramenta de comunicação, possibilita que qualquer pessoa, a qualquer momento, de qualquer lugar, compartilhe dados, informações e conhecimentos. A disponibilização de

informações não ocorre mais de forma tradicional, como acontecia nas mídias tradicionais, todos podem contribuir para a construção de conteúdos.

Assim, percebe-se que o desenvolvimento das tecnologias em rede permite um amplo acesso à informação e criação de aplicativos e plataformas para a divulgação de dados e informações, consequentemente, maior participação cidadã, pois a população poderá opinar, se informar e interferir nas decisões referentes às questões ambientais.

Neste sentido, abordar-se-á programas e aplicativos, alguns em fase de concretização e outros já concretizados, que demonstram a possibilidade da realização de ações de preservação de recursos naturais ou práticas ambientais sustentáveis. Estes aplicativos surtem efeitos no plano material, isto é, possuem efetividade não só no plano virtual.

Para auxiliar na busca por produtos sustentáveis, o *facebook* Porto Alegre Orgânica proporciona espaços de informações, debates, consumo consciente e contato direto entre produtores, comerciantes e consumidores de orgânicos. E possível também, através de um link[5] que direciona o internauta para o *google maps* que destaca os estabelecimentos comerciais, feiras e produtores de alimentos orgânicos em Porto Alegre (CONSUMO CONSCIENTE, 2015, [s.p]).

Já sobre a temática dos resíduos, especialmente acerca do descarte correto de objetos, o *portal* eCycle, empresa que congrega resultados econômicos com benefícios socioambientais, apresenta em seu *website* a possibilidade de encontrar a localidade mais próxima para o descarte correto de determinados materiais recicláveis, cuja eliminação em lugares impróprios acarretaria graves danos ao meio ambiente. Para cada objeto existe um link, que ao ser selecionado, mostrará uma janela na qual o internauta informará o CEP de sua localidade a fim de receber a informação do posto de descarte mais próximo de sua residência (ECYCLE, 2014, [s.p]).

Ainda, em fase de concretização, um aplicativo possui o mesmo objetivo do portal eCycle. Desenvolvido pelo administrador Bernardo Soares, foi ganhador do Prêmio Ozires Silva de Empreendedorismo Sustentável, o prêmio tem o objetivo de reconhecer e certificar projetos de destaque nas áreas de empreendedorismo e sustentabilidade. O aplicativo terá uma lista pré-determinada de materiais e os pontos de coleta serão indicados por geolocalização, apresentando ao usuário o lugar de descarte mais próximo. Se a opção escolhida pelo usuário for a de reúso, a

[5]Para saber mais informações sobre os pontos de consumo consciente em Porto Alegre acesse: https://www.google.com/maps/d/edit?mid=zY73TujnUv3k.kBmdvboobuuo&msa=0

ferramenta listará outras funções para o resíduo como por exemplo peças de decoração, utilitários ou brinquedos (WEBRADIOAGUA, 2015,[s.p]).

A *WiseWaste*, empresa de desenvolvimento de produtos que utiliza resíduos como matéria prima, desenvolveu o aplicativo *Lixarada* disponível até o momento para *Iphone.* Neste aplicativo é possível realizar denúncias acerca de lixões clandestinos existentes em determinada localidade. A utilização do referido aplicativo, ocorre através da criação de uma conta que permite o envio de fotografia do local onde há descarte irregular de lixo, selecionando sua categoria e o tamanho do lixão com uma breve descrição. A equipe responsável pelo aplicativo analisa as denúncias, classificando aquelas que serão objeto de autorização. Após esta fase, as denúncias poderão ser compartilhadas no *Facebook*, sendo emitido um relatório contendo as denúncias efetuadas, os quais são enviados para as Prefeituras responsáveis pela regularização e limpeza do local denunciado.

Outro aplicativo interessante é o "Manual de Etiqueta Sustentável" que traz dicas para mudar alguns hábitos de forma simples e reduzir os impactos ambientais que cometemos no dia a dia. O aplicativo é Bilíngue (português e inglês) e reúne 50 práticas, divididas por temas: uso da água, energia elétrica, cidadania, reciclagem e consumo, classificadas pelo nível de esforço e pela dimensão do impacto no cotidiano.

Além do usuário poder compartilhar as dicas (por email, pelo *twitter* ou pelo *facebook*), o usuário pode destacar as práticas que já adotou e medir sua performance (de forma interativa) "eco-friendly" através de uma árvore que cresce a cada ação verde. (MANUAL DE ETIQUETA, 2015). Neste sentido, o aplicativo "Go green" (para Androids) calcula o rastro de carbono deixado no meio ambiente pelo usuário. A utilização é simples, basta digitar o quanto o usuário pretende gastar por mês com luz, gás natural e óleo.

Desta forma, com base nas informações fornecidas, o aplicativo fornece a sua própria "pegada de carbono". Ele também verifica o uso de certos produtos eletrônicos que poderiam ser uma grande parte da sua pegada de carbono. Basta informar quanto tempo alguns aparelhos ficam ligados na sua casa; por exemplo, quanto tempo você assiste TV, deixa as luzes acesas ou, até mesmo usa o computador (GO GREEN, 2015, [s.p]).

Diante dos exemplos supracitados é possível perceber que a apesar de diversos autores como José Alcantára (2008, p.105) afirmarem que a tecnologia nunca é neutra, podendo ela se converter na chave que pode fazer com que a nossa sociedade seja mais livre, como também

pode convertê-la em uma desagradável distopia que utiliza o ideal do panóptico de Bentham como forma de controle.

Diante das dificuldades de acesso à esfera de visibilidade pública controlada pelos *medias,* é visível que a *internet* se apresenta como um meio alternativo à comunicação de massa. É possível afirmar que a tecnologia pode ser sim utilizada para promover a sustentabilidade através da informação obtida por aplicativos e programas encontrados no mundo virtual. Portanto, destaca-se a relevância deste meio para que os indivíduos não somente se informem das problemáticas que circundam o consumo e meio ambiente mas que participem como atores cívicos nos processos decisórios acerca destes, assumindo a responsabilidade para com o cuidado do planeta.

CONCLUSÃO

A globalização em suas diversas dimensões transformou o cenário ecológico e suscitou a possibilidade de uma consciência ambiental, muito depois de se acreditar que o meio ambiente era infinito e o desenvolvimento poderia acontecer a qualquer custo. Ao mesmo tempo, a sociedade de consumo tornou-se mais exigente, e as empresas e indústrias tiveram (e continuam tendo) que repensar suas estratégias: desde a captação de matérias primas ao destino final de seus produtos. Com o aumento e a variedade da demanda foram criados os produtos com pouco tempo útil, que rapidamente se tornam obsoletos, sendo descartados para tão logo serem substituídos por outro produto.

No entanto, ao se constatar a escassez dos recursos naturais, nota-se também com o consumo desenfreado, o aumento do volume do lixo no mundo, o que se tornou quase insolúvel. Neste sentido o presente trabalho analisou a temática do consumo sob uma nova perspectiva, aliando tecnologia e informação como alternativas para a sustentabilidade.

Na primeira parte deste trabalho, foi abordado a relação da sociedade de consumo com o meio ambiente, ressaltando os impactos de um consumismo desenfreado e a necessidade emergente de alternativas sustentáveis. Foram trabalhados o conceito e o contexto do termo sociedade de consumo e obsolescência programada em um cenário marcado por práticas desenvolvimentistas antes das práticas sustentáveis. Além disso, esta retomada de uma consciência ambiental que alerta para questões que foram debatidas no segundo capítulo: De que

maneira buscar alternativas para a construção de modelos sustentáveis de consumo? Ou, como os novos meios de informação e comunicação facilitam este processo?

Este segundo item inicia com a missão de buscar alternativas sustentáveis frente ao processo globalizatório mercantilista e homogeneizador do mercado. E como foi relatado que a tecnologia pode de um lado servir para estas práticas de consumo e controle, mas também pode ser utilizada como um meio de participação e de divulgação de informações que possibilitam ao cidadão opinar e participar dos processos decisórios que versem sobre as mais diversas temáticas, especialmente a ambiental.

Com a utilização da *internet,* aplicativos e programas demonstram a possibilidade de preservação do meio ambiente. Diante das mais diversas impossibilidades de acesso à esfera de visibilidade pública controlada pelos *medias,* resta claro que a *internet* se apresenta como um meio alternativo à comunicação de massa, mas não tão somente isso, é possível afirmar que esta tecnologia pode ser utilizada para promover a sustentabilidade através da informação obtida por estes aplicativos. Desta forma, a importância destes meios alternativos adquire destaque, pois os indivíduos não somente se informam das questões que envolvem o consumo e meio ambiente mas, participam efetivamente como cidadãos nos processos decisórios que envolvem estas temáticas.

REFERÊNCIAS

AGNE TYBUSCH, F. B.; TYBUSCH, J. S. . O DIREITO À INFORMAÇÃO AMBIENTAL: Percepções sobre Tecnologias em Rede, Cidadania ecológica e participação social. In: BIRNFELD, Carlos André Hüning Birnfeld; ANDREUCCI, Álvaro Gonçalves Antunes; ARAUJO, Luiz Ernani Bonesso de (coord.). (Org.). **Direito e sustentabilidade I.** 1ed.Florianópolis, SC: CONPEDI, 2014, v. 1, p. 318-339.

ALCANTÁRA, José F. **La sociedad del control:** privacidad, propiedad intelectual, y el futuro de la liberdad. Barcelona: Ediciones El Cobre, 2008.

ALMEIDA, Maria Cecília Ladeira de. Logística Reversa: Opção de Empresa Sustentável. In: AGUIAR, Benedito Guimarães; THEOPHILO JUNIOR, Roque; MESSA, Ana Flávia. **Sustentabilidade ambiental e os desafios na era digital – Estudos em homenagem a Benedito Guimarães Aguiar Neto**. São Paulo: Saraiva, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Trabajo, consumismo y nuevos pobres.** Barcelona: Gedisa, 2000.

_____. **Vida para consumo:** a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **O que é globalização?** Equívocos do Globalismo. Respostas à Globalização. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

BOSCO, Maria Goretti Dal. Audiência Pública como Direito de Participação. **Revista Jurídica UNIGRAN**, Dourados, v. 4, nº 8, p. 137-157, jul/dez 2002.

CARACIOLA, Andrea Boari; ANDREUCCI, Ana Claudia Pompeu Torezan. Obsolescência Programada. In: AGUIAR, Benedito Guimarães; THEOPHILO JUNIOR, Roque; MESSA, Ana Flávia. **Sustentabilidade ambiental e os desafios na era digital – Estudos em homenagem a Benedito Guimarães Aguiar Neto**. São Paulo: Saraiva, 2011.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Tradução de Maurício Santana Dias. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

CAPRA, Fritjof. **A Teia da Vida:** uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. Trad. Newton R. Eichemberg. São Paulo, SP: Cultrix, 1996.

CATRACA LIVRE. Disponível em: <https://catracalivre.com.br/geral/sustentavel/indicacao/aplicativo-permite-denuncia-de-lixoes-clandestinos/>. Acesso em 28 mar. 2015.

CONSUMO CONSCIENTE. Disponível em: <https://www.google.com/maps/d/edit?mid=zY73TujnUv3k.kBmdvboobuuo&msa=0>. Acesso em: 28 de mar. de 2015.

DAL BOSCO, Maria Goretti. **Audiência pública como direito de participação.** Revista dos Tribunais, São Paulo, v. 92, n. 809, p. 727-739, mar. 2003.

DUPAS, Gilberto. **O mito do progresso.** São Paulo: Editora UNESP, 2006.

ECYCLE. Disponível em:<http://www.ecycle.com.br/postos/reciclagem.php>. Acesso em 28 mar. 2015.

GO GREEN. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.webworks.gogreen&feature=search_result > Acesso em: 28 de mar. de 2015.

INOUE, Cristina Yumie Aoki. **Regime global de biodiversidade:** o caso Mamirauá. Brasília: Universidade de Brasília, 2007.

JUNGES, José Roque. **(Bio) Ética Ambiental.** São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2010.

KEMPF, Hervé. **Crisis ecológica:** una cuestión de justicia. Santiago: Le Monde Diplomatique, 2012.

LEFF, Enrique. **Ecologia, Capital e Cultura:** A territorialização da racionalidade ambiental. Petrópolis – RJ: Vozes, 2009.

_____. **Racionalidade Ambiental:** a reapropriação social da natureza. Trad. Luís Carlos Cabral. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

OST, François. **A Natureza à margem da Lei:** A ecologia à prova do Direito. Lisboa: Instituto Piaget, 2004.

MANUAL DE ETIQUETA - PLANETA SUSTENTÁVEL. Disponível em: < https://itunes.apple.com/br/app/id441632482?mt=8>. Acesso em: 29 de mar. de 2015.

MILARÉ, Édis. **Direito do ambiente.** 3ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; CALGARO, Cleide; GIRON, Jerônimo. Direito ambiental, sustentabilidade e pós-modernidade: os paradigmas da reconstrução. In PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. [org] **Direito ambiental e biodireito:** da modernidade à pós-modernidade. São Paulo: EDUCS, 2008.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade Ambiental, Consumo e Cidadania**. São Paulo: Ed. Cortez, 2010.

SARLET, Ingo Wolfgang. **Dignidade da pessoa humana e direitos fundamentais:** na constituição de 1988. São Paulo: Livraria do Advogado, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Os processos da globalização. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.). **A globalização e as ciências sociais.** 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1996.

TYBUSCH, Jerônimo Siqueira. **Sustentabilidade Multidimensional:** Elementos Reflexivos na produção da Técnica Jurídico-Ambiental. Tese de Doutorado – Universidade Federal de Santa Catarina, 2011.

WEB RADIO AGUA. Disponível em: <http://www.webradioagua.org/index.php/agua-e-ciencia/item/1974-ideia-de-aplicativo-para-descarte-correto-de-res%C3%ADduos-vence-pr%C3%AAmio-ozires-silva>. Acesso em 28 mar. 2015.

WISEWASTE. Disponível em:< http://www.wisewaste.com.br/a-wisewaste/>. Acesso em 28 mar. 2015.

WORLDWATCH INSTITUTE; INSTITUTO AKATU; UNESCOCAT. **Ter mais ou viver melhor?** 2012. Disponível em: <http://www.akatu.org.br/Content/Akatu/Arquivos/file/Publicacoes/EstadodoMundoTeen.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2015.

ZHOURI, Andréia; LASCHEFSKI, Klemens. **Desenvolvimento e conflitos ambientais:** um novo campo de investigação. In ZHOURI, Andréiae LASCHEFSKI, Klemens (orgs.) Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010.